

Soacha, Cundinamarca.
Junio 09 de 2022

Honorable Concejal
NESTOR ROZO ESCOBAR
Presidente Concejo Municipal de Soacha
y demás Integrantes de la Corporación
E. S. D.

REF: Proyecto de Acuerdo "***POR MEDIO DEL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN EL MUNICIPIO DE SOACHA, SE DEROGAN LOS ACUERDOS 031 DE 2011 Y 037 DE 2014 Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES*.**"

Respetados Concejales:

Pongo a su consideración el Proyecto de la referencia

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

EL CONCEJO MUNICIPAL DE SOACHA – CUNDINAMARCA

CONSIDERACIONES

1. ANÁLISIS Y JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

De conformidad con lo establecido en los artículos 79, 80 y 313 de la Constitución Política, ley 140 de 1994 y demás normas señaladas anteriormente, al Concejo Municipal le corresponde el estudio, discusión y aprobación de los actos administrativos y dictar normas necesarias para el control, y garantizar el derecho que tienen todas las personas a gozar de un ambiente sano.

Es necesario la actualización de la normatividad Municipal que rige la publicidad exterior visual ya que han surgido nuevos tipos de elementos publicitarios, los cuales deben ser reglamentados en cuanto a sus dimensiones y ubicación, y los Acuerdos existentes se quedan cortos en muchos aspectos que en el presente documento se tienen en cuenta.

HONORABLES CONCEJALES

A su consideración, estudio y aprobación, les envió con mi acostumbrado respeto, el Proyecto de Acuerdo ***"POR MEDIO DEL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN EL MUNICIPIO DE SOACHA, SE DEROGAN LOS ACUERDOS 031 DE 2011 Y 037 DE 2014 Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES"*** En aras de fundamentar los motivos que llevan al Ejecutivo Municipal a someter a consideración de esa Honorable Corporación Administrativa, el presente proyecto de acuerdo, es pertinente advertir:

1. Que con la reglamentación de la publicidad en los espacios visibles desde áreas de uso o dominio público se busca y pretende mejorar la calidad de vida de los habitantes de nuestro municipio, mediante la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público y de la integridad del medio ambiente y la seguridad vial.
2. Que se hace necesario actualizar dicha normatividad de publicidad exterior visual y avisos publicitarios que se encuentren presentes o soliciten para el Municipio de Soacha, dada la expedición normas nuevas tales como la Ley 1801 de 2016 y el estatuto tributario, de con lo cual se pretende mejorar la calidad de vida de todos y cada uno de los habitantes del Municipio, con esta reglamentación se pretende la descontaminación visual, la protección del espacio público, la integridad y protección del medio ambiente y la seguridad vial en el Municipio de Soacha. Con la reglamentación de la publicidad exterior visual en el Municipio Soacha, se busca igualmente la generación de recursos para el sostenimiento y la cualificación del paisaje.
3. Que igualmente con esta modificación y actualización de la normatividad, busca efectivamente regular las prácticas publicitarias novedosas que incorporen los elementos digitales y nuevas tecnologías.

Calle 13 Nº 7-30 Soacha - Cundinamarca
Tel: 57 - 1 - 7305500 Fax 57-1-5770580
contactenos@alcaldiasoacha.gov.co



4. Que, mediante el presente Acuerdo Municipal, se pretende y busca determinar la forma, procedimiento y la ubicación de la publicidad exterior visual, avisos publicitarios, la incorporación de medios e innovaciones tecnológicas y publicidad transitoria, se adopta el registro de publicidad exterior, reglamenta el espacio público y bienes de uso público, indicando las zonas en donde está permitido o prohibido su exhibición al igual que las responsabilidades que recaen en los propietarios y anunciantes.

SUSTENTO JURÍDICO

Que los artículos 63, 79, 80 y 82 de la Constitución Política establecen como deber del Estado la protección del ambiente, la prevención y control de los factores de deterioro ambiental, la imposición de sanciones legales y la exigencia de reparar los daños causados; preceptúa que los bienes de uso público cuentan con la calidad de ser inalienables, inembargables e imprescriptibles, el derecho que tienen las personas de gozar de un ambiente sano. Además, en el Artículo 88 refiere que la ley regulará las acciones populares para la protección de los derechos e intereses colectivos, relacionados con el patrimonio, el espacio, la seguridad y la salubridad pública, la moral administrativa, el ambiente, la libre competencia económica y otros de similar naturaleza que se definen en ella.

Que el *, por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente, menciona en el artículo 28 que para la ejecución de obras, el establecimiento de industrias o el desarrollo de cualquiera otra actividad que, por sus características, pueda producir deterioro grave a los recursos naturales renovables o al ambiente o introducir modificaciones considerables o notorias al paisaje, será necesario el estudio ecológico y ambiental previo y, además, obtener licencia. Además, que la comunidad tiene derecho a disfrutar de paisajes urbanos y rurales que contribuyan a su bienestar físico y espiritual. Se determinarán los que merezcan protección. Según el artículo 302 del decreto en mención.

La Ley 99 de 1993 Consagro entre los principios ambientales la protección del **PAISAJE** por ser patrimonio común y atribuyo a las autoridades ambientales las funciones de otorgar permisos y autorizaciones para el desarrollo de actividades, que puedan afectar el medio ambiente e imponer y ejecutar a prevención las medidas de la policía y las sanciones previstas en caso de violación a las normas de protección ambiental y exigir la reparación de los perjuicios causados.

Que la Ley 140 de 1994, *"Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional*", dispone en su artículo segundo que su objeto es "(...) mejorar la calidad de vida de los habitantes del país, mediante la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público y de la integridad del medio ambiente, la seguridad vial y la simplificación de la actuación administrativa en relación con la publicidad exterior visual. La Ley deberá interpretarse y aplicarse teniendo en cuenta los anteriores objetivos."

Que dentro de los principios generales ambientales que orientan la política ambiental colombiana previstos en el numeral ocho del artículo primero de la Ley 99 de 1993 se preconiza que "el paisaje por ser patrimonio común debe ser protegido", teniendo la comunidad de derecho a disfrutar de un paisaje rural y urbano que contribuyan a su bienestar físico y espiritual.

Que el artículo 11 de la Ley 140 de 1994, crea el sistema de registro de publicidad visual y atribuyó a los alcaldes el manejo de dicha función otorgándole la posibilidad de poder delegarla en otra autoridad.

Que así mismo la Ley 140 de 1994 consagra el correspondiente trámite para la remoción y modificación de la publicidad que no cumpla con lo allí normado.

Que la ubicación indiscriminada y sin control de vallas, avisos, pasacalles, pendones y otros elementos publicitarios en el Municipio, constituyen factores de deterioro del medio ambiente, afectando estética y paisajísticamente el entorno, situación que impone la necesidad de adoptar las medidas pertinentes con el propósito de corregir dichas anomalías.

Que la Corte Constitucional en Sentencia C-535/96 declaró **EXEQUIBLES** los artículos 1, 3, 6, 11 y 15 de la Ley 140 de 1994, en el entendido de que se trata de una legislación nacional básica de protección al medio ambiente que, de acuerdo al principio de rigor subsidiario, puede ser desarrollada de manera más estricta por los concejos distritales y municipales, y por las autoridades de los territorios indígenas, en virtud de sus competencias constitucionales propias para dictar normas para la protección del paisaje, conforme a lo señalado por los artículos 313 y 330 de la Carta.

Que la cercanía del Municipio de Soacha con el Distrito Capital de Bogotá y el interés de grandes marcas o empresas de comercio por hacer inversión en el municipio, demanda que se revisen las condiciones de la publicidad exterior y se ajusten a este escenario.

Calle 13 Nº 7-30 Soacha - Cundinamarca
Tel: 57 - 1 - 7305500 Fax 57-1-5770580
contactenos@alcaldiasoacha.gov.co



También en la Ley 769 de 2002 en el artículo 5 regula la Demarcación y señalización vial, la cual es responsabilidad del Ministerio de Transporte que deberá reglamentar en un término no mayor de 60 días posteriores a la sanción de esta ley, las características técnicas de la demarcación y señalización de toda la infraestructura vial y su aplicación y cumplimiento será responsabilidad de cada uno de los organismos de tránsito en su respectiva jurisdicción. De igual manera el Ministerio de Transporte reglamentará en un término no mayor de 60 días calendario posteriores a la sanción de esta ley, todo lo referente a la ubicación y colocación de vallas publicitarias y promocionales, letreros y avisos, sus características y medidas de tal manera que no afecten la visibilidad y concentración del conductor, conforme a lo dispuesto en la Ley 140 de 1994. Reglamentado por la Resolución Nacional 19341 de 2002.

Que en el Decreto 1469 de 2010 el uso de publicidad para la identificación de las obras, las condiciones de la misma, en donde la valla o aviso se instalará antes de la iniciación de cualquier tipo de obra, emplazamiento de campamentos o maquinaria, entre otros, y deberá permanecer instalado durante todo el tiempo de la ejecución de la obra.

Que en el Decreto 1076 de 2015, "Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible" en su artículo 2.2.2.1.15.1., relaciona las Prohibiciones por alteración del ambiente natural, entre esas se encuentra el numeral 16 que reza "Alterar, modificar, o remover señales, avisos, vallas y mojones" la cual es una conducta que puede traer como consecuencia la alteración del ambiente natural de las áreas del Sistema de Parques Nacionales Naturales.

Que la Ley 1801 de 2016, Código de Policía y Convivencia Ciudadana señala en el artículo 51 el daño por la contaminación visual en espacio público, es objeto de imposición de multa especial por contaminación visual y las medidas correctivas de destrucción del bien y reparación de daños materiales de muebles e inmuebles de que trata dicho Código, a los empresarios del espectáculo público y coordinadores logísticos de los eventos.
Que el Acuerdo Municipal 030 del 9 de diciembre de 2020, por medio del cual se expide el estatuto tributario del Municipio de Soacha y se dictan otras disposiciones, en el cual refiere lo relacionado con los procedimientos para el recaudo de las estampillas municipales, concepto y pago de impuestos, también la reglamentación del impuesto de publicidad exterior visual en el capítulo VI.

De la normatividad transcrita, se hace necesaria la expedición de una reglamentación actualizada a las necesidades y condiciones actuales en materia de publicidad exterior visual.

IMPACTO FISCAL

El Artículo 7° de la Ley 819 de 2003 establece:

> "Artículo 7º. Análisis del impacto fiscal de las normas. En todo momento, el impacto fiscal de cualquier proyecto de ley, ordenanza o acuerdo, que ordene gasto o que otorgue beneficios tributarios, deberá hacerse explícito y deberá ser compatible con el Marco Fiscal de Mediano Plazo.
>
> Para estos propósitos, deberá incluirse expresamente en la exposición de motivos y en las ponencias de trámite respectivas los costos fiscales de la iniciativa y la fuente de ingreso adicional generada para el financiamiento de dicho costo.
>
> El Ministerio de Hacienda y Crédito Público, en cualquier tiempo durante el respectivo trámite en el Congreso de la República, deberá rendir su concepto frente a la consistencia de lo dispuesto en el inciso anterior. En ningún caso este concepto podrá ir en contravía del Marco Fiscal de Mediano Plazo. Este informe será publicado en la Gaceta del Congreso.
>
> Los proyectos de ley de iniciativa gubernamental, que planteen un gasto adicional o una reducción de ingresos, deberán contener la correspondiente fuente sustitutiva por disminución de gasto o aumentos de ingresos, lo cual deberá ser analizado y aprobado por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público.
>
> En las entidades territoriales, el trámite previsto en el inciso anterior será surtido ante la respectiva Secretaría de Hacienda o quien haga sus veces."
>
> La sentencia C-238 de 2010 proferida por la Corte Constitucional establece en su numeral 4.2.3 inciso cuarto lo siguiente:

Calle 13 Nº 7-30 Soacha - Cundinamarca
Tel: 57 - 1 - 7305500 Fax 57-1-5770580
contactenos@alcaldiasoacha.gov.co



"(iv) El requerimiento general establecido en el artículo 7 de la Ley 819 tiene tres connotaciones importantes: *"Primero, que es exigible sólo para los proyectos de ley que ordenen gasto o que otorguen beneficios tributarios; segundo, que el mismo debe cumplirse en todo momento, es decir, durante todo el trámite legislativo -tanto en la exposición de motivos, como en las ponencias-, y, tercero, que el Marco Fiscal es un referente obligatorio para el análisis del impacto fiscal de los proyectos de ley."* (Subrayado y negrilla fuera de texto).

1. **PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE ACUERDO.**

ANEXOS TECNICOS

Adjunto a la presente solicitud, se remite a la corporación el consolidado de estudios técnicos que sustenta el presente proyecto de acuerdo, remitido en los documentos denominados:

- ANEXO 1 – ACUERDO MUNICIPAL 031 DE 2011 "Por medio del cual se reglamenta la publicidad exterior visual en el Municipio de Soacha, se adopta el registro, se deroga el Acuerdo 042 de noviembre 22 de 1999, y se modifican los artículos 165,169 y 298 del Acuerdo 043 de diciembre 27 de 2000".
- ANEXO 2 – ACUERDO MUNICIPAL 037 DE 2014 "Por medio del cual se modifican los artículos 11, literal D, 16, parágrafo del artículo 32, 41 literal G y J y 54 del Acuerdo No. 31 de noviembre 28 de 2011: "Por medio del cual se reglamenta la publicidad exterior visual en el Municipio de Soacha""
- ANEXO 3 - Certificación de Análisis de impacto Fiscal Expedido por la Secretaría de Hacienda.

Cordialmente,

JUAN CARLOS SALDARRIAGA GAVIRIA
Alcalde Municipal

VoBo: Karol Dayana Rojas Huérfano - Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural (E)
Revisión Jurídica: Jorge Luis Tique Horta – Secretario Jurídico
Revisó: Carolina Forero Cortés - Directora de Gestión Ambiental
Revisión Jurídica: Luis Felipe Canosa Tabares - Abogado SJ
Revisión Jurídica: Jairo Alonso Viasus – Abogado SP0T
Revisión Jurídica: Erika Ramos – Abogada Secretaría de Ambiente
Proyecto: Maira Estefanny Moya Sánchez – Ing. Ambiental Sec. Ambiente
Proyecto: Julio Mario Franco Rodríguez - Ing. Ambiental Sec. Ambiente



PROYECTO DE ACUERDO NO.

“POR MEDIO DEL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN EL MUNICIPIO DE SOACHA, SE DEROGAN LOS ACUERDOS 031 DE 2011 Y 037 DE 2014 Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES.”

EL CONSEJO MUNICIPAL DE SOACHA

ACUERDA
TÍTULO I
Disposiciones generales

ARTÍCULO PRIMERO: Objeto. El presente Acuerdo tiene como objeto general mejorar la calidad de vida de los ciudadanos residentes en el Municipio de Soacha, en consonancia, con los derechos a la comunicación, al ambiente sano, la protección de la integridad del espacio público y la seguridad vial, así como, determinar la forma, procedimiento y ubicación de la publicidad exterior visual, indicando a la vez las zonas en las que está permitida o prohibida su exhibición y las responsabilidades que recaen sobre propietarios y anunciantes.

ARTÍCULO SEGUNDO: Para la aplicación del presente acuerdo se adoptan las siguientes definiciones:

Adosado: Hace referencia a las formas de publicidad exterior visual que se encuentran fijadas o adheridas a una fachada.

Afiche: Es una lámina de gran tamaño que funciona como soporte para transmitir una información acerca de un evento, producto o servicio.

Anunciante: persona, empresa, producto, obra, proyecto, actividad o servicio a que se refiere la publicidad exterior visual.

Autorización de publicidad: Consentimiento otorgado por la autoridad (Administración Municipal de Soacha) para el uso del medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales que se encuentran ubicados en el Municipio de Soacha.

Cancelación de registro de publicidad: Es el acto por el cual se deja sin efecto un registro o una inscripción. La administración municipal procederá a cancelar el registro o inscripción cuando se le presente la prueba de la cancelación es decir el desmonte del elemento publicitario.

Cartelera: se utiliza para denominar a aquellas estructuras colgantes que se ubican normalmente en paredes o en espacios bien visibles en las cuales se colocan avisos, notificaciones, fechas y diferente información importante para que la gente interesada pueda acceder a ella y estar al tanto de los datos.

Carteleras locales: Las estructuras que se encuentran adosadas a los muros de cerramiento de los lotes y en las que se podrán fijar afiches o carteles. El Municipio proveerá las carteleras locales.

Contaminación visual: Presencia de elementos que afectan o perturban la visualización de algún sitio o paisaje, afectando su estética.

Culata: Muro sin vista perteneciente a una edificación, que colinda con predios vecinos.

Dummy o Inflable: Son piezas que tienen la forma del producto en una escala mayor “inflable”, esto es para enfocar el conocimiento de la marca.

Elemento de publicidad exterior visual: Estructura o material temporal, fijo o móvil que conforma un medio de comunicación, en el cual se plasma el mensaje o información publicitaria. Entre ellas se destaca: valla, pendón, pasacalle, avisos, otros.

Elementos de publicidad exterior visual mayor: Es el medio masivo de comunicación, permanente o temporal, fija o móvil que de acuerdo a sus dimensiones su área es igual o mayor a 8 m^2.

Elementos de publicidad exterior visual menor: Es el medio masivo de comunicación, permanente o temporal, fija o móvil que de acuerdo a sus dimensiones su área es menor a 8 m^2.



Fachada: Hace referencia a todos los paramentos exteriores de la construcción, edificios, casas, etc.

Innovación tecnológica: Es un producto (bien o servicio) nuevo o sensiblemente mejorado introducido en el mercado.

Mobiliario urbano: Es el conjunto de objetos y piezas de equipamiento instalados en la vía pública para varios propósitos. En este conjunto se incluyen bancos, papeleras, barreras de tráfico, buzones, bolardos, baldosas, adoquines, paradas de transporte público etc.

Mogador: Estructura ubicada por las autoridades Municipales o autorizadas por éstas en el espacio público con el fin de que a ella se adosen carteles o afiches.

Mural Artístico: Los que con carácter decorativo y con motivos artísticos se pintan directamente sobre los muros de las culatas de las edificaciones y muros del cerramiento. Estos murales no podrán incluir ningún tipo de publicidad ni evocar marca, producto o servicio alguno.

Muro: Pared de un edificio que posee función estructural; es decir, aquella que soporta otros elementos estructurales del edificio, como arcos, bóvedas, vigas, etc.

Pasacalle y pendón: Son formas de publicidad exterior visual que tienen como finalidad anunciar de manera eventual o temporal una actividad o evento, o la promoción de comportamientos cívicos.

Publicidad en eventos realizados en espacios públicos: Hace referencia a los elementos de publicidad que divulgan la realización de eventos de interés públicos como reuniones, conciertos entre otros.

Publicidad móvil: Es aquella publicidad que se ha fijado o adherido en vehículos automotores, siempre y cuando no contravengan las normas de tránsito de igual o superior jerarquía.

Registro de publicidad: Es la autorización otorgada por la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaría de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural o quien haga sus veces, para ejercer la actividad de publicidad exterior visual, cuando se compruebe el cumplimiento de los requisitos establecidos en las normas vigentes, teniendo en cuenta la información suministrada por su responsable, y la verificación de la misma.

Responsable del elemento de publicidad exterior visual: Persona natural o jurídica que registra el elemento de la publicidad exterior visual. En caso de imposibilidad para localizar al dueño del elemento de publicidad exterior visual, responderán por el incumplimiento de las normas de publicidad exterior visual, el anunciante y el propietario del mueble o inmueble donde se ubique el elemento

Renovación de publicidad: Decisión de las personas naturales o jurídicas que tienen la titularidad de los registros de publicidad exterior vigentes, para mantener los elementos publicitarios en las condiciones inicialmente otorgados los registros, por el término de (1) año para vallas y de (4) para avisos.

Valla publicidad electrónica: Hace referencia a la publicidad exterior visual que se presenta por medio de pantallas digitales.

Vehículo con plataforma exclusiva para transporte de publicidad: Son los elementos que se utilizan como anuncio, identificación, señal, advertencia y propaganda con fines culturales, comerciales, turísticos o informativos, que se fijan o se instalan adheridos o pintados sobre las superficies exteriores de los mismos, dispuesto para su apreciación visual desde la vía pública de uso público, peatonal, vehicular.

Video mapping: Es la utilización de proyectores de vídeo para desplegar una animación o imágenes sobre superficies reales.

Cuando existan concesiones de mobiliario urbano se tendrá al concesionario como propietario del elemento en que se instala la publicidad exterior visual.

Propietario del inmueble o del vehículo en que se instala la publicidad exterior visual: Persona natural o jurídica titular del derecho del dominio del predio, inmueble o automotor en que se instala la publicidad exterior visual.

Reincidencia: Es reincidente aquella persona que una vez desmontado voluntaria u oficiosamente un elemento de publicidad exterior visual vuelve a instalarlo sin autorización de la Secretaría de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural.

Renuencia: Se considera renuente la persona o titular que no acata una orden de desmonte de un elemento de publicidad exterior visual.



ARTÍCULO TERCERO: Campo de aplicación. El presente acuerdo establece las condiciones en que puede realizarse publicidad exterior visual en el municipio de Soacha Cundinamarca.

Se entiende por publicidad exterior visual el medio masivo de comunicación, permanente o temporal, fija o móvil, que se destine a llamar la atención del público a través de leyendas o elementos visuales en general, tales como dibujos, fotografías, letreros o cualquier otra forma de imagen que se haga visible desde las vías de uso público, bien sean peatonales, vehiculares, aéreas, terrestres o acuáticas, y cuyo fin sea comercial, cívico, cultural, político, institucional o informativo. Tales medios pueden ser vallas, avisos, pasacalles, pendones, carteleras, mogadores, globos, murales y otros similares.

ARTÍCULO CUARTO: Elementos que no se consideran como publicidad exterior visual, de igual manera, se tendrá en cuenta el inciso segundo del artículo primero de la Ley 140 de 1994, para el cual no se considera Publicidad Exterior Visual la señalización vial, la información de sitios históricos, turísticos y culturales, y aquella información temporal de carácter educativo, cultural, deportivo o institucional de las entidades Estatales u otras personas por encargo de éstas, que podrá incluir mensajes comerciales o de otra naturaleza siempre y cuando, éstos no ocupen más del 30% del tamaño del respectivo mensaje o aviso, la nomenclatura urbana o rural, las expresiones artísticas como pinturas o murales, siempre que no contengan mensajes comerciales.

Parágrafo 1°. - Entrarán dentro de esta excepción, los elementos de divulgación política y propaganda electoral de conformidad, siempre que los mismos se encuentren instalados dentro de los respectivos periodos electorales

Parágrafo 2°. - Aun conservando las características atrás anotadas, no se entenderá como publicidad exterior visual las señales viales, la nomenclatura, la información sobre sitios de interés histórico, turístico, cultural, institucional del Municipio o expresiones artísticas como murales/pinturas, que no contengan información comercial, y siempre que tales señales sean puestas con la autorización de la Administración Municipal.

Parágrafo 3°. - De igual forma, no se considera publicidad exterior visual aquella información temporal de carácter educativo, cultural o deportivo que coloquen las autoridades públicas u otras personas por encargo de éstas, la cual podrá incluir mensajes comerciales o de otra naturaleza siempre y cuando estos no ocupen más del 30% del tamaño del respectivo mensaje o aviso y no estén expuestas más del término del evento que se pretenda publicitar. En estos casos deben haber obtenido el permiso previo de la Administración Municipal.

TÍTULO II
Amoblamiento Urbano

ARTÍCULO QUINTO: Elementos. Para los efectos del presente Acuerdo se entiende por Mobiliario Urbano el conjunto de elementos colocados a instancias de la administración para el servicio, uso y disfrute del público y que hacen parte del medio ambiente urbano y del espacio público del municipio. Así como también los que ofrecen información, orientación y mejores condiciones, de seguridad, tranquilidad e higiene.

Son elementos de Amoblamiento Urbano, entre otros los siguientes:

- De Comunicación: Las cabinas telefónicas, los buzones.
- De Información: La nomenclatura, la señalización, las carteleras locales, los mogadores, las identificaciones arquitectónicas o urbanas.
- De Organización: Las señales de tránsito, los semáforos, los paraderos, los transformadores eléctricos, las cajas de teléfonos, las tapas de las alcantarillas.
- De Ambientación: El alumbrado público, las bancas, asientos y materas, los objetos decorativos, los monumentos y esculturas.
- De Recreación: Los juegos y aparatos de pasatiempo de propiedad pública.
- De Salud e Higiene: Los baños y objetos recolectores de basura.
- De Seguridad: Los hidrantes, barandas, cerramientos.
- Los que se autoricen en los contratos de concesión para el mantenimiento del espacio público.

Parágrafo. - La Entidad Oficial que instale o autorice instalar Elementos de Mobiliario Urbano, será responsable, directamente o a través de terceros, del mantenimiento y perfecta conservación de los mismos.

ARTÍCULO SEXTO: El Alcalde municipal en los términos establecidos en el estatuto de contratación pública (Ley 80 de 1993), podrá autorizar la colocación de elementos de mobiliario urbano con publicidad exterior visual en los términos establecidos en la Ley 140 de 1994 y en el presente Acuerdo.

ARTÍCULO SEPTIMO: Prohibiciones. No podrá colocarse publicidad exterior visual en los siguientes sitios



a) En las áreas que constituyan espacio público de conformidad con las normas municipales y la Ley 9° de 1989, Ley 388 de 1997, o de las normas que las modifiquen, complementen o sustituyan.
b) En las zonas históricas, edificios o sedes de entidades públicas, salvo que se trate de los avisos que indican el nombre de las entidades, y lugares históricos y de la publicidad exterior visual que de manera eventual anuncie obras de remoción o eventos artísticos.
c) En los sectores residenciales, salvo que se trate de avisos adosados a la pared de establecimientos comerciales los cuales, en los sectores antes señalados, no podrán tener iluminación. Esta prohibición no se aplicará sobre ejes de actividad múltiple.
d) En las zonas declaradas como reservas naturales, hídricas y las zonas declaradas de manejo y preservación ambiental, excepto las vallas de tipo institucional que informen sobre el cuidado de estas zonas, las cuales en todo caso deberán ser armónicas con el objeto de esta norma. (Ley 388 de 1997)
e) En lugares en los que su colocación obstaculice el tránsito peatonal, en donde interfiera con la visibilidad de la señalización vial, informativa y de la nomenclatura urbana, aun cuando sean removibles.
f) Sobre vías principales y autopistas, no se permitirá publicidad exterior visual en movimiento, ya sea como pasa vía o estructura de cualquier naturaleza o en soporte tubular.
g) En la propiedad privada sin el consentimiento del propietario o poseedor.
h) Sobre la infraestructura, tales como postes de apoyo a las redes eléctricas y telefónicas, puentes, torres eléctricas, sobre luminarias de parques, plazoletas y cualquier otra estructura de propiedad del Estado.
i) Dentro de los 200 metros de distancia de los bienes declarados, monumentos nacionales.

Sin embargo, podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en los recintos destinados a la presentación de espectáculos públicos, en los paraderos de los vehículos de transporte público y demás elementos de amoblamiento urbano, en las condiciones que determinen las autoridades que ejerzan el control y la vigilancia de estas actividades.

j) De acuerdo con lo establecido en el Artículo 2,” Zonas de reservas para carreteras de la red vial nacional” Parágrafo único “El metraje determinado en este artículo se tomará la mitad a cada lado del eje de la vía. En vías de doble calzada de cualquier categoría la zona de exclusión se extenderá mínimo Veinte (20) metros al lado y lado de la vía que se medirán a partir del eje de cada calzada exterior, y el Artículo 8°, Prohíbase la instalación o emplazamiento de vallas y publicidad fija en las zonas de reserva establecidas en dicha ley. Las vallas que se encuentren en predios privados y que por virtud de esta ley pasen a ser zona de exclusión, serán retiradas en un plazo no mayor a un año, contado a partir de la creación del Sistema Integral Nacional de Información de Carreteras "SINC", de conformidad con lo establecido en el parágrafo 2° del artículo 10 de la presente ley. El retiro de la valla o publicidad fija lo hará el propietario de la misma, para lo cual el Municipio notificará por edicto la nueva naturaleza jurídica del predio; en caso de que este no haga el retiro dentro de los diez (10) días siguientes a dicha notificación, el alcalde respectivo, procederá, sin dilación alguna a su desmantelamiento, de la Ley 1228 de 2008.
k) En las culatas de las infraestructuras tales como en casa, edificios y como consecuente a las fachadas, cubiertas, aleros, paramentos, pórticos, parasoles, terrazas, antejardines, cerramientos (Según Decreto 1504 de 1998)
l) Elementos de publicidad exterior visual sobre cualquier tipo de naturaleza viva, zonas verdes o sobre elementos naturales como árboles, rocas, elementos orográficos y similares.
m) Sobre vías, zonas de carácter paisajístico, vías peatonales.
n) Separadores de vías y en las fachadas de las edificaciones diferentes a establecimiento comerciales.

TITULO III
REGISTRO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

Capítulo I
Registro, termino de vigencia y otras disposiciones

ARTÍCULO OCTAVO: Registro. Otórguese competencia a la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural o quien haga sus veces, para verificar, vigilar, sancionar y expedir los permisos respectivos en materia de publicidad exterior visual con arreglo a lo dispuesto en este Acuerdo.

Parágrafo 1.- El responsable de la publicidad como pancartas, pasacalles, pasavías, pendones, carteles, anuncios, letreros o similares que se ubiquen en la jurisdicción del Municipio deberá solicitar el permiso y expedición del registro mínimo con veinte (20) días de antelación a la colocación. Salvo, para las vallas, avisos y publicidad en vehículos deberán registrarse dentro de los diez (15) días hábiles antes de su instalación para



que la Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural o quien haga sus veces, pueda realizar los estudios técnicos respectivos.

Para la solicitud del permiso y autorización el responsable, o su representante legal, deberán aportar por escrito y mantener actualizados los siguientes datos:

a) Tipo de publicidad, su ubicación, dimensiones y características técnicas.
b) Identificación del anunciante, NIT, y demás datos para su localización para persona natural aportar el RUT y para persona jurídica, Cámara de comercio con vigencia no mayor de tres (3) meses.
c) Identificación del dueño del inmueble donde se ubique la publicidad, junto con su dirección, documentos de identidad, NIT, teléfono y demás datos para su localización
d) Ilustración o fotografías de la publicidad exterior visual y transcripción de los textos que en ella aparecen.
e) Número de registro vigente en caso de prorrogas del registro del elemento publicitario.

Cualquier cambio de esta información deberá ser avisado dentro de los tres (3) días siguientes a la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural o quien haga sus veces, quien es responsable de su actualización.

Parágrafo 2.- La Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural o quien haga sus veces, enviará dentro de los tres (3) días siguientes la información de la publicidad exterior visual cuyo registro de vallas, avisos y publicidad vehicular se inscriban con ocasión de la vigencia del acto administrativo que la autorice, a la Secretaría de Hacienda Municipal, para que realice el cobro del impuesto de publicidad exterior visual creado por el presente Acuerdo.

Parágrafo 3.- El dueño del elemento publicitario después de cinco (5) días hábiles de haberse otorgado el permiso y/o autorización deberá llevar fotocopia del pago del impuesto al que aplique según el elemento publicitario a la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural quien haga sus veces.

ARTÍCULO NOVENO: El registro como tal, no concede derechos adquiridos, por lo cual cada vez que se produzca cambio de normatividad, se modifique o traslade la publicidad exterior visual registrada, o se venza el término de vigencia del registro, se deberá obtener un nuevo registro o su actualización. Esto se hace con la reglamentación.

Así mismo, cuando el municipio, el departamento o la Nación soliciten el predio donde se va a instalar o se encuentre instalada la valla deberán trasladarla sin perjuicio jurídico alguno contra estos estamentos del Estado.

ARTÍCULO DÉCIMO: Término de Vigencia. El registro de publicidad exterior visual y permisos de elementos publicitarios: El término de vigencia del registro de la publicidad exterior visual y los permisos de los diferentes elementos publicitarios son los siguientes:

a) Publicidad exterior visual instalada en mobiliario urbano: Permanecerá vigente por el tiempo que se establezca para el efecto en el contrato de concesión.
b) Avisos: Cuatro (4) años.
c) Avisos Centros Comerciales: Indefinido
d) Vallas: Un (1) año prorrogable
e) Pasacalles o pasavías y pendones: Diez (10) días y para algún evento en específico es Noventa y seis (96) horas antes del inicio del evento, durante el término de duración del mismo y veinticuatro (24) horas más para su desmonte. - de acuerdo a lo establecido en el permiso.
f) Murales artísticos: Un (1) año.
g) Vehículos de servicio público: Un (1) año.
h) Vehículos que publicitan productos o servicios en desarrollo del objeto social de una empresa: Cinco (5) años
i) Vehículos vallas: Un (1) año
j) Banderines: Un (1) año
k) Otras formas de publicidad exterior visual: Setenta y dos (72) horas cada tres (3) meses.

Parágrafo 1. – Según el registro otorgado para cada tipo de elemento publicitario se establece el término de vigencia del registro como se mencionó en el párrafo anterior, por el cual, dicho registro es prorrogable, es decir, el responsable o titular del registro debe realizar la solicitud de prórroga o renovación del mismo un mes antes de su vencimiento, aportando los requisitos referidos en los artículos 24, 30, 37y 59 del presente Acuerdo.

ARTÍCULO UNDÉCIMO: Cumplido el término para la aprobación del registro por la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural o quien haga sus veces, deberá emitir concepto previo de instalación favorable, con el cual el operador o solicitante, deberá aportar los documentos



establecidos en los artículos 24, 30, 37 del presente Acuerdo y podrá cancelar el impuesto de publicidad exterior visual o los Derechos Económicos por su instalación ante la Secretaria de Hacienda. Cancelado el impuesto o los derechos económicos de publicidad exterior visual, el operador o solicitante del registro deberá aportar el comprobante de pago, a la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces, la cual deberá aprobar el registro de publicidad exterior visual, una vez se verifique el pago correspondiente.

Parágrafo 1.- El concepto previo de instalación favorable y pago del impuesto de publicidad exterior visual no comporta en sí mismo el registro de publicidad exterior visual y no autoriza su instalación bajo ninguna circunstancia, ni obliga a la Administración Municipal a otorgar posteriormente la respectiva autorización.

Parágrafo 2.- El trámite para la expedición del registro de publicidad exterior visual podrá ser realizado de manera electrónica, de acuerdo con el procedimiento que se establezca para ello, por la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces, en el término establecido en el parágrafo primero del artículo 8 del presente Acuerdo.

ARTÍCULO DOCE: Pérdida de vigencia del registro de publicidad exterior visual. Sin perjuicio de lo establecido en este Acuerdo, los registros de publicidad exterior visual perderán su vigencia cuando los fundamentos de derecho con base en los cuales se aprobaron cambien, cuando se efectúen modificaciones a la publicidad exterior visual sin solicitar la actualización del registro dentro del término establecido en el presente Acuerdo.

También perderán vigencia en los siguientes casos:

- Por no renovar el correspondiente registro dentro del término dado del presente.
- Por no contar con el consentimiento del dueño del predio mediante contrato.
- Por instalar el elemento publicitario en condiciones contrarias a las aprobadas por el registro.
- Por el incumplimiento del pago del impuesto de publicidad exterior visual.
- Por la no presentación de la póliza de responsabilidad civil extracontractual para los casos que aplique.
- Cuando se hagan cambios, a publicidad exterior visual, cuando se hagan cambios sin solicitar la actualización del registro o cuando se instálela publicidad exterior visual en condiciones diferentes a las registradas.

En estos casos, la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural o quien haga sus veces, ordenará al responsable de la publicidad exterior visual su adecuación o desmonte, para lo cual le concederá un término de tres (3) días hábiles, vencidos los cuales ordenará su remoción a costa del infractor.

ARTÍCULO TRECE: Desistimiento, si la solicitud del registro está incompleta o el peticionario debe realizar una gestión de trámite a su cargo, necesaria para adoptar una decisión de fondo, y que la actuación pueda continuar sin oponerse a la ley, el peticionario será requerido dentro de los diez (10) días siguientes a la fecha de radicación para que la complete en el término máximo de un (1) mes. Se entenderá que el peticionario ha desistido de su solicitud o de la actuación cuando no satisfaga el requerimiento, salvo que antes de vencer el plazo concedido solicite prórroga hasta por un término igual. Vencidos los términos establecidos en este artículo, sin que el peticionario haya cumplido el requerimiento, se decretará el desistimiento y el archivo del expediente, mediante acto administrativo motivado, que se notificará personalmente, contra el cual únicamente procede recurso de reposición, sin perjuicio de que la respectiva solicitud pueda ser nuevamente presentada con el lleno de los requisitos legales.

ARTÍCULO CATORCE: Registro vigente. Los registros vigentes antes de ser expedido este Acuerdo conservarán su validez hasta la fecha de su vencimiento para su renovación respectiva.

Parágrafo 1.- En caso de no haberse señalado plazo en el registro concedido a la publicidad exterior visual, tal permiso o licencia perderá su validez tres (3) meses después de la entrada en vigencia de este Acuerdo.

Parágrafo 2.- La publicidad exterior visual que no cuente con el correspondiente registro ni permisos deberá ser registrada y autorizada dentro de un plazo no mayor de cinco (5) días hábiles a solicitud del anunciante. Las solicitudes del registro se evaluarán teniendo en cuenta lo estipulado en este Acuerdo, vencido este plazo la publicidad visual que no esté registrada se le aplicará la sanción establecida en el Título V del presente acuerdo.

Capítulo 2
Cobro por concepto del registro y Evaluación de publicidad exterior visual

ARTÍCULO QUINCE: Registro de elementos de publicidad exterior visual. El cobro único por este registro y evaluación, el cual se aplica de acuerdo a la vigencia del registro, aplicado a los titulares o poseedores



de publicidad en el municipio, éste seguirá el criterio de la clase y área del elemento de publicidad objeto del trámite a saber:

Las tarifas se relacionan a continuación:

TRAMITE – EVALUACIÓN	SMMLV	TARIFA
TRAMITE – EVALUACIÓN DE AVISOS		
Registro de publicidad exterior visual – avisos hasta 3 m^2	0,20	$ 175.561
Registro de publicidad exterior visual – avisos de 3m^2 a 10 m^2	0,40	$ 351.121
Registro de publicidad exterior visual – avisos de más de 10 m^2	0,80	$ 702.242
TRAMITE – EVALUACIÓN PEV POR m^2		
Registro de publicidad exterior visual en vehículos	0,05	$43.890,2
Registro de publicidad exterior visual para eventos temporales – pasacalles y pendones	0,02	$17.556,1
Registro de publicidad exterior visual para eventos temporales (dumis, inflamables, globos entre otros)	0,10	$87.780,30
Registro de publicidad exterior visual avisos separados de fachada, vallas de obra	0,12	$ 105.336,36
Registro de publicidad exterior visual para mural artístico	0,03	$ 26.334,06
TRAMITE – EVALUACIÓN DE VALLAS		
Registro de publicidad exterior visual – Vallas tubulares o Convencionales	4	$ 3.511.212
Registro de publicidad exterior visual – Pantallas LED	6	$ 5.266.818

TITULO IV
Características Particulares y Condiciones Para La Fijación de la Publicidad Exterior Visual

Capítulo I

ARTÍCULO DIECISÉIS: Características generales de la publicidad exterior visual. Los elementos de publicidad exterior que pretendan ser instalados en el municipio de Soacha deberán cumplir con las siguientes características

- Deberá ser de material resistente a la intemperie.
- Cuando se trate de ensambles sobre una estructura metálica o material estable, deberá estar instalada con sistemas fijos resistentes a fenómenos de la naturaleza.
- Estar integrada física y visual y arquitectónicamente al entorno, paisaje, respetando la arborización y demás elementos, además no podrá interrumpir la visualidad de las estructuras de valor patrimonial, cultural o histórico existente en el Municipio de Soacha.
- Deberá respetar el mínimo de distancia exigido de las líneas de alta tensión
- Los mensajes o textos deben estar y ser de lectura simple y breve.
- La publicidad visual que pretenda instalarse en vías de alto flujo vehicular (autopista, vías troncales regionales o arterias), los dibujos no pueden ser de interpretación complicada, no deben contener lenguaje o imágenes violentas, ni que atenten contra la moral, el orden público, la seguridad social, ni constituir actos de competencia leal.
- Toda publicidad Exterior Visual debe contener el nombre y el teléfono de la firma instaladora de la publicidad, así como el número de registro de instalación, so pena de sanción.



- Toda publicidad instalada en el Municipio de Soacha, deberá tener un adecuado mantenimiento de tal forma que no presente condiciones de suciedad, inseguridad o deterioro, este incumplimiento puede ser causal de sanciones o retiro de la publicidad por parte de la firma instaladora.

- La publicidad Exterior Visual podrá instalarse en el Municipio de Soacha en medios convencionales, medios digitales, acorde con la reglamentación contenida en el presente Acuerdo Municipal.

Capitulo II
Avisos

ARTÍCULO DIECISIETE: Definición. Entiéndase por aviso conforme al numeral 3 del artículo 13 del Código de Comercio el conjunto de elementos distintos de los que adornan la fachada, compuesto por logos y letras o una combinación de ellos que se utilizan como anuncio, señal, advertencia o propaganda que con fines profesionales, culturales, comerciales, turísticos o informativos se instalan adosados a las fachadas de las edificaciones.

ARTÍCULO DIECIOCHO: Ubicación. Solo puede ubicarse el aviso en fachada y tiene que estar adosado o íntimamente ligado al volumen construido que compone el frente o fachada. Por cada establecimiento, se permitirá un (1) aviso; salvo que la edificación contenga dos (2) o más fachadas en cuyo caso se autorizará uno (1) por cada una de ellas. Lo anterior sin perjuicio de aquellos establecimientos que puedan dividir su aviso según las reglas contenidas en este artículo.

Los Avisos deberán reunir las siguientes características:

a) Los avisos no podrán exceder el 30% del área de la fachada del respectivo establecimiento. Para las fachadas superiores a 200 m^2, serán consideradas como grandes superiores o centros comerciales y se regirán de acuerdo al artículo octavo del presente acuerdo.
b) Cuando en una misma edificación se desarrolle varias actividades comerciales éstas se anuncian en la misma fachada, pero los avisos deberán estar adosados o dispuestos en un mismo sentido y sumando el área de todos, no pueden exceder el treinta por ciento (30%) del total de la fachada, adicionalmente se debe tener en cuenta lo establecido en el literal a) del presente Artículo.
c) Las estaciones para el expendio de combustible y los establecimientos comerciales con área de parqueo superior a 2.500 m^2 podrán colocar publicidad exterior visual, o un aviso comercial separado de la fachada, dentro del perímetro del predio, siempre y cuando no anuncie en mismo un sentido visual del que se encuentre en la fachada del establecimiento comercial ni se ubiquen en zonas de protección ambiental, zonas de cesión, andenes, calzadas de vías y donde este acuerdo lo prohíbe. En este caso, la altura máxima permitida será de quince (15) metros contados desde el nivel del piso hasta el punto más alto y la superficie no podrá ser superior a 15 metros cuadrados.

Parágrafo. - El aviso separado de la fachada referido en el literal C) será considerado como valla, en consecuencia, deberá efectuarse su registro ante la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural o quién haga sus veces, y deberán cancelar el respectivo impuesto a que haya lugar

ARTÍCULO DIECINUEVE: Avisos para centros comerciales y grandes superficies que cuenten con 200 m^2 o más, de fachada hábil para la instalar avisos.

Para fachadas con área igual o superior a los 200 m^2 los avisos no podrán exceder el 15 % del área de la fachada.

a) Divisibilidad del Aviso: La divisibilidad de los avisos, se podrá realizar conforme a las siguientes reglas

1. Área de la fachada y número de partes o avisos permitidos:

ÁREA DE LA FACHADA HÁBIL PARA INSTALAR AVISOS EXPRESADA EN METROS CUADRADOS	ÁREA MÁXIMA DEL TOTAL DE AVISO EXPRESADA EN METROS CUADRADOS	NÚMERO MÁXIMO EN QUE SE PUEDE FRACCIONAR EL AVISO
200	30	2
De 201 a 400	De 31 a 60	3



De 401 a 600	De 61 a 90	4
De 601 a 900	De 91 a 135	5
De 901 a 1200	De 136 a 180	6
De 1201 a 1500	De 181 a 225	7
De 1501 a 2500	De 226 a 375	8
De 2501a 3500	De 376 a 525	9
De 3501a 5000	De 526 a 750	10
De 5001 a 10000	De 751 a 1700	15
De 10001 a 15000 o mas	De 1701 a 2500 o mas	20

2. Se entenderá que existe un solo aviso cuando sobre la fachada del establecimiento se produzca una sola afectación visual, lo cual ocurre cuando los anuncios, aunque no estén materialmente unidos pudiendo estarlo, se sucedan en el mismo sentido vertical u horizontal, de tal manera que en caso de unirse el área resultante no exceda el porcentaje del quince por ciento (15%) del área de la fachada respectiva
3. La sumatoria de las áreas de los avisos individuales de que trata la tabla anterior, no podrá exceder el quince por ciento (15%) del área de la fachada hábil para instalar avisos del respectivo establecimiento. Este quince por ciento (15%) se calculará, sobre el área en que se pueden instalar avisos; que para centros comerciales y grandes superficies comerciales con más de cuatro mil metros cuadrados (4,000 m^2) de área de ventas, comprende la que se encuentre por debajo de la cubierta; en los demás casos el área hábil es la que se encuentre por debajo del nivel del antepecho del segundo piso. En ambos casos incluyendo puertas y ventanas.
4. En las edificaciones en que operen redes de cajeros automáticos, se permite que cada uno de éstos cuente con su respectivo aviso el cual no podrá ocupar más de treinta por ciento (30%) del área del frente del respectivo cajero. Estos avisos se consideran como avisos distintos de aquellos que corresponden a la edificación en que se localizan los establecimientos de comercio.

ARTÍCULO VEINTE: Avisos comerciales separados de fachada. Los avisos comerciales separados de fachada de que trata el literal C del artículo 7 del presente Acuerdo, para inmuebles distintos a expendios de combustibles, se podrán instalar cuando el establecimiento comprenda dos mil quinientos metros cuadrados (2.500 m^2) de área en parqueadero a cielo abierto y área no cubierta. El aviso separado de fachada se deberá instalar en dicha superficie.

Toda la publicidad exterior visual instalada en fachada de los centros comerciales existentes en el Municipio de Soacha deberá registrarse de la misma manera que las vallas, por parte de la empresa o persona interesada ante la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural o quien haga sus veces, y aportar los siguientes requisitos:

- Fotocopia de la solicitud del representante legal del usuario a la administración del centro comercial para instalar la publicidad en fachada
- Autorización del centro comercial para instalar la publicidad
- Formulario de registro único diligenciado y firmado por el representante legal
- Cámara de comercio

Los anteriores documentos deben ser llevados a la Administración del Centro Comercial para luego ser remitidos a la Dirección de Control y Vigilancia de Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces.

Este tipo de avisos no se podrá instalar en zonas de protección ambiental, cesiones públicas para parque y equipamientos, andenes, calzadas de vías y demás sitios prohibidos por este Acuerdo.

Parágrafo. - El aviso separado de la fachada referido en este artículo será considerado como valla, en consecuencia, deberá efectuarse su registro ante la Dirección de Control y Vigilancia de Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces, y deberán cancelar el respectivo impuesto a que haya lugar.

ARTÍCULO VEINTIUNO: Avisos en edificaciones sometidas al régimen de propiedad horizontal. Los avisos comerciales instalados en inmuebles sometidos al régimen de propiedad horizontal se regirán por lo dispuesto en este Acuerdo. Cualquier disputa o conflicto entre diferentes copropietarios por la instalación de avisos comerciales, deberá ser dirimida mediante los mecanismos adecuados previstos en reglamento de copropiedad o en su defecto, ante la justicia ordinaria.



ARTÍCULO VEINTIDÓS: Otras disposiciones en materia de avisos:

a) Los establecimientos comerciales localizados sobre vía pública que no cuenten con fachada, podrán instalar su aviso dentro del volumen cubierto y el alto del aviso no podrá ser mayor de un metro con diez centímetros (1.10 m), ni al treinta por ciento (30%) de la altura del volumen cubierto. El aviso no podrá ocupar en ningún caso más de treinta por ciento (30%) del área del frente del volumen donde se instale.
b) Los establecimientos a cielo abierto diferentes de las estaciones de servicio, podrán instalar su aviso en el acceso, sin que el alto del aviso sea mayor de ochenta centímetros (80 cm) ni el ancho del mismo supere el ancho del acceso. En caso que no se instale en el acceso, el aviso se deberá adosar al cerramiento, sin sobrepasar la altura del mismo.
c) En los inmuebles con fachada en vidrio u otros materiales transparentes, la altura para la instalación de avisos se calculará conforme a las reglas contenidas en el literal d del artículo doce del presente Decreto. La dimensión de los avisos en estos casos no podrá exceder del treinta por ciento (30%) del área de la fachada hábil para instalar avisos.
d) Se permitirá la instalación de Avisos informativos no comerciales uno por fachada del inmueble y que estos no superen 1 m^2
e) Avisos de arrendamiento, venta y alquiler de inmuebles, lotes u otros bienes raíces fijados por inmobiliarias, constructoras y particulares sobre las fachadas o ventanas de los inmuebles, no requerirán de permiso para su fijación. Sus dimensiones no podrán exceder de ocho (8) m^2, ni el 20% del área de la fachada. Sin embargo, se permitirá únicamente la fijación de un aviso por fachada y deberá realizarse con fondo blanco y letras rojas. Aquellos que contengan estructura metálica y superen los 8 m^2 sí deben contar con el permiso de la Dirección de Dirección de Control y Vigilancia de Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural o quien haga sus veces.

ARTÍCULO VEINTITRÉS: No está permitido colocar avisos bajo las siguientes condiciones:

a) Los avisos volados o salientes de la fachada; se entiende que el aviso está volado de fachada cuando no se encuentra adosado a la fachada propia del establecimiento al que corresponda el aviso, y que está saliente cuando sobresale de la fachada propia del establecimiento o local, aprobada en la licencia de construcción, o en el acto de reconocimiento. En los casos en que el inmueble no cuente con licencia de construcción ni con acto de reconocimiento, el aviso no podrá sobrepasar la altura de la cubierta de la fachada.
b) Los que sean elaborados con pintura o materiales refractivos o fluorescentes que afecten la capacidad o salud visual del trasunto.
c) Instalación de elementos de publicidad exterior visual adheridos, pintados, incorporados a los vidrios de ventanas o puertas y demás publicidad adicional, fuera del aviso o avisos autorizados en los establecimientos comerciales.
d) Los adosados o suspendidos en antepechos superiores al segundo piso. Se considera que hay antepecho del segundo piso cuando éste cuente con ventanas. En los casos en que el segundo piso no tenga ventanas, o cuando estén a una altura superior al cincuenta por ciento (50%) del espacio existente entre la placa del segundo piso y la del tercer piso o la cubierta, el antepecho se tomará sin superar el cuarenta por ciento (40%) de la altura existente entre la placa del segundo piso y la cubierta o la placa del tercer piso. Tampoco se pueden colocar elementos de publicidad, que, aunque no se encuentren adheridos al vidrio sean visibles desde el espacio público y se destine a llamar la atención de los usuarios que transitan por él.

Parágrafo. - La disposición del Literal d) del Artículo 23 del presente Acuerdo no se aplicará a los centros comerciales ni a las grandes superficies comerciales.

ARTÍCULO VEINTICUATRO: Documentos que se acompañan a la solicitud de registro de publicidad exterior visual para avisos:

A la solicitud de registro se acompañarán los siguientes documentos;

a) Certificado de existencia y representación legal expedido por la autoridad competente, cuya fecha de expedición no supere tres (3) meses de anterioridad a la fecha de radicación de la solicitud.
b) Folio de matrícula inmobiliaria del inmueble, certificación catastral del inmueble y/o certificado de libertad y tradición cuya fecha de expedición no supere tres (3) meses de anterioridad a la fecha de la radicación de la solicitud.
c) Cuando se actúe por intermedio de apoderado, poder debidamente otorgado en los términos del Código de Procedimiento Civil.
d) Autorización suscrita por el propietario del inmueble en la que conste que autoriza al responsable de la publicidad exterior visual para que la instale en el inmueble o predio de su propiedad, y que autoriza de manera irrevocable a la Dirección de Control y Vigilancia de Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien



haga sus veces, para ingresar al inmueble cuando esta Dirección deba cumplir con su labor de evaluación y seguimiento de la actividad de publicidad exterior visual.
e) Plano o fotografía panorámica de inmueble o vehículo en la que se ilustre la instalación de la publicidad exterior visual.
f) Formato único de publicidad exterior visual diligenciado y firmado por el propietario del elemento de publicidad.
g) Para anunciar proyectos inmobiliarios en fase preventas a través de encargos fiduciarios se debe aportar la constancia de radicación de los documentos exigidos ante la Secretaría de Planeación y Ordenamiento Territorial y contar con permisos de ventas por parte de la autoridad competente.
h) Para el caso de preventas mediante fiducia, a partir de la radicación de documentos ante la Secretaría de Planeación y ordenamiento Territorial o copia del contrato.

ARTÍCULO VEINTICINCO: Responsables. Son responsables solidarios ante la Dirección de Control y Vigilancia de Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces, por el incumplimiento de las normas sobre publicidad exterior visual, quien elabora elementos publicitarios, el anunciante y el propietario del establecimiento o predio, quienes se harán acreedores solidarios de las sanciones establecidas en este Acuerdo o de la norma que lo sustituya.

ARTÍCULO VEINTISÉIS: Impuesto de Avisos. El uso del Aviso adosado a la fachada que no supere los 8 m^2, constituye el hecho generador del Impuesto Complementario de Avisos y Tableros, el cual se liquidará de conformidad con lo estipulado en el Artículo 68 del Acuerdo 30 de 2020.

ARTÍCULO VEINTISIETE: Liquidación del impuesto. Para el pago de impuesto por publicidad exterior visual para avisos que superen los 8 m^2, se realiza de acuerdo a lo establecido en el Estatuto de rentas del Municipio o aquellos lo modifiquen o sustituya.

Capítulo II
Vallas

ARTÍCULO VEINTIOCHO: Definición. Entiéndase por valla todo anuncio permanente o temporal utilizado como medio masivo de comunicación, que permite difundir mensajes publicitarios, cívicos, comerciales, turísticos culturales, políticos institucionales, artísticos, informativos o similares; que se coloca, para su apreciación visual en lugares exteriores y que se encuentra montado sobre una estructura metálica u otro material estable con sistemas fijos; el cual se integra física, visual, arquitectónica y estructuralmente al elemento que lo soporta.

ARTÍCULO VEINTINUEVE: Ubicación. Las vallas en el Municipio de Soacha podrán ubicarse sobre los tramos de vías que desarrollan actividad múltiple, su distancia mínima en el mismo sentido y costado vehicular, en un radio de acción de doscientos (200) m., entendiéndose por radio de acción la extensión circular de terreno dándose máximo alcance de los metros determinados, y en las condiciones previstas a continuación:

a) En lotes privados se podrá colocar vallas convencionales y tubulares, siempre y cuando su dimensión no supere los cuarenta y ocho (48) metros cuadrados (m^2). Si en un mismo lote, se ubica más de una valla, deberán mantener uniformidad y simetría.
b) En obras en construcción, restauración, remodelación, adecuación o ampliación: En estos casos sólo podrá colocarse una (1) valla que deberá colocarse antes de iniciar la obra y retirarla hasta seis (6) meses después de haberse terminado la misma. Se ubicará del paramento del predio hacia adentro y contendrán la información solicitada por la Dirección de Control y Vigilancia de Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces.
c) En cubiertas de las edificaciones: Se podrán instalar de acuerdo a una altura máxima de 4 metros sobre el nivel de la construcción permitido en el sector.
d) En patios internos y parqueaderos: Únicamente cuando la estructura sea tubular y la altura máxima no supere los 24 metros y los vértices de la valla no sobresalga por ninguno de los costados los límites del inmueble. Además de los requisitos exigidos en este Acuerdo, se necesitará adicionar el Estudio de Suelos y de Cálculo o análisis estructural y cimentación expedido y firmado por un Ingeniero Civil debidamente matriculado.
e) Toda valla instalada en el territorio nacional cuya publicidad que por mandato de la ley requiera un mensaje específico referente a salud, medio ambiente, cultura y cívico no podrá ser superior a 10% del área total de la valla.
f) La distancia mínima en relación con el cruce de ferrocarriles y puentes, retenes y curvas pronunciadas será de doscientos cincuenta (250) metros.



ARTÍCULO TREINTA: Documentos que se acompañan a la solicitud de registro de publicidad exterior visual para vallas:

A la solicitud de registro se acompañarán los siguientes documentos;

a) Certificado de existencia y representación legal expedida por la autoridad competente, cuya fecha de expedición no supere tres (3) meses de anterioridad a la fecha de radicación de la solicitud.
b) Folio de matrícula inmobiliaria del inmueble, certificación catastral del inmueble, certificado de libertad y tradición cuya fecha de expedición no supere tres (3) meses de anterioridad a la fecha de la radicación de la solicitud.
c) Cuando se actúe por intermedio de apoderado, poder debidamente otorgado en los términos del Código de Procedimiento Civil.
d) Autorización suscrita por el propietario del inmueble en la que conste que autoriza al responsable de la publicidad exterior visual para que la instale en el inmueble o predio de su propiedad, y que autoriza de manera irrevocable a la Dirección de Control y Vigilancia de Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces, para ingresar al inmueble cuando esta Dirección deba cumplir con su labor de evaluación y seguimiento de la actividad de publicidad exterior visual.
e) Plano o fotografía panorámica de inmueble o vehículo en la que se ilustre la instalación de la publicidad exterior visual.
f) Póliza de responsabilidad civil extracontractual que ampare los daños que puedan derivarse de la colocación del elemento de publicidad exterior visual tipo valla por el término de vigencia del registro y tres (3) meses más y por un valor equivalente a cien (100) SMLMV. Esta póliza deberá constituirse a favor de la Alcaldía Municipal de Soacha, Tomador: El Propietario de la publicidad y Beneficiario: Terceros, es importante precisar que a más tardar el día siguiente de otorgado el registro deberá presentarse para su respectiva aprobación. Esta póliza deberá contener el número de registro otorgado y el lugar de ubicación del elemento de publicidad. este ítem aplica después de haberse otorgado el registro
   En caso de prorroga se deberá ampliar la cobertura de la garantía por el tiempo de vigencia de la renovación del registro y tres (3) meses más.
g) En el caso de vallas para obras de construcción, la licencia de construcción autorizada debe indicar las fechas de inicio y terminación de obras. Para anunciar proyectos inmobiliarios en fase preventas a través de encargos fiduciarios se debe aportar la constancia de radicación de los documentos exigidos ante la Secretaría de Planeación y Ordenamiento Territorial.
h) Para anunciar proyectos inmobiliarios en fase preventas a través de encargos fiduciarios se debe aportar la constancia de radicación de los documentos exigidos ante la Secretaría de Planeación y Ordenamiento Territorial y contar con permisos de ventas por parte de la autoridad competente.
i) Para el caso de preventas mediante fiducia, a partir de la radicación de documentos ante la Secretaría de Planeación y ordenamiento Territorial o copia del contrato.
j) Para vallas de estructura tubular, convencional, avisos separados de fachada, tótem se deberá anexar el estudio de suelos y de cálculo o análisis estructural, suscrito por profesional competente e indicar el número de su matrícula profesional.
k) En ningún caso se podrán atravesar las cubiertas de las edificaciones con estructuras tubulares o convencionales.
l) Presentar copia de paz y salvo para pago del impuesto de publicidad exterior visual expedido por la Secretaría de Hacienda del Municipio de Soacha, este ítem aplica después de haberse otorgado el registro.
m) Formato único de publicidad exterior visual diligenciado y firmado por el propietario del elemento de publicidad.
n) Para instalación de elementos de publicidad exterior visual en espacio público dentro del municipio se deberá presentar certificación suscrita por el administrador de dicho espacio, en donde se indique que el elemento a instalar cuenta con la autorización correspondiente.
o) En la expedición del registro para vallas led o pantallas digitales se requiere presentar la certificación de viabilidad del servicio de energía eléctrica por parte de la empresa a cargo de ese servicio público. En el caso de presentar prórroga, recibo de pago del servicio público del último mes. Una vez instalado el elemento publicitario, se deberá aportar fotocopia del contrato de prestación de servicios de energía eléctrica e indicar el número del contador instalado.

Parágrafo 1.- La póliza de que trata el literal f no constituye documento necesario para la radicación de la solicitud de registro, no obstante, su presentación y aprobación es un requisito de perfeccionamiento. En consecuencia, su no presentación en las condiciones arriba enunciadas será causal de cancelación y/o revocatoria del registro otorgado.

Calle 13 Nº 7-30 Soacha - Cundinamarca
Tel: 57 - 1 - 7305500 Fax 57-1-5770580
contactenos@alcaldiasoacha.gov.co



Parágrafo 2.- La fotocopia del recibo de pago del impuesto que trata el literal i no constituye documento necesario para la radicación de la solicitud, sino que debe entregarse en la Dirección de Control y Vigilancia de Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces, a los tres (3) días hábiles de haberse otorgado el registro de publicidad exterior visual cuando éste sea por primera vez, pero para la renovación del registro si se deberá anexar dicha fotocopia, so pena de incurrir en la cancelación del registro.

Parágrafo 3.- Para traslado de ubicación de la valla, se solicitará paz y salvo del arrendador del predio donde estaba ubicada la valla y se debe presentar la documentación que se exige para otorgar el registro por primera vez.

Parágrafo 4.- Para la renovación o prórroga del registro de vallas se deben allegar todos los documentos exigidos en el artículo 30 del presente Acuerdo con excepción de lo exigido en el literal j.

ARTÍCULO TREINTA Y UNO Prohibición**.** En ningún caso, las vallas podrán tener un área superior a 48 m^2 en lotes sin construir, ni podrán utilizar pintura o materiales reflectivos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS: Las vallas podrán estar iluminadas interior o externamente salvo en zonas residenciales, en todo caso el propietario de la valla deberá observar y cumplir los requisitos establecidos en las Leyes 142 y 143 de 1994.

ARTÍCULO TREINTA Y TRES: Vallas Institucionales. Las vallas institucionales tienen por objeto comunicar actividades de las entidades públicas. Se regirán por lo previsto en este Acuerdo en cuanto a las condiciones de ubicación y tamaño, en donde sólo por excepción podrán utilizarse en el espacio público adyacente a la obra o actividad en desarrollo, además deberán contar con registro de publicidad exterior visual. Estas vallas pueden ser temporales o fijas según el tiempo de vigencia del registro y contienen información institucional, preventiva, reglamentaria o direccional sobre servicios, medidas o sistemas de seguridad o transporte, construcción y reparación de obras y vías, programas de recreación, medio ambiente, salud e higiene o comportamientos cívicos. Se podrá utilizar pintura o materiales reflectivos.

Parágrafo 1.- Las vallas institucionales y todos los elementos publicitarios de índole institucional tendrán derecho a contar con publicidad comercial o de otra naturaleza, siempre y cuando ésta no supere el treinta (30) por ciento del área total del arte, es decir, que la publicidad institucional sería del setenta (70) porciento. Lo anterior, cuando el Municipio lo requiera.

ARTÍCULO TREINTA Y CUATRO: Vallas de Obra. En el municipio de Soacha se entenderá como valla de obra, la valla autorizada por la Curaduría Urbana, donde se debe especificar el número de licencia de construcción y demás características básicas del proyecto.

Parágrafo. - Este tipo de valla no pagará el impuesto por concepto de publicidad exterior visual y su dimensión no debe exceder los dos metros cuadrados.

ARTÍCULO TREINTA Y CINCO: Vallas de Proyectos Urbanísticos e Inmobiliarios. Este tipo de vallas tiene como objeto anunciar y promocionar proyectos inmobiliarios, las cuales son de índole comercial, las cuales deben ser registradas ante la Dirección de Control y Vigilancia de Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces y pagar el respectivo impuesto.

Parágrafo. - En el lugar de ventas se autoriza una valla publicitaria y en el sitio de la obra se autoriza dos vallas y se ajustarán a lo establecido en el presente Acuerdo.

ARTÍCULO TREINTA Y SEIS: Vallas Vehiculares. Son aquellas que se han fijado o adherido en vehículos automotores, siempre y cuando no contravengan las normas de tránsito de igual o superior jerarquía y en las condiciones que se señalan a continuación:

1. Vehículos Particulares. Por regla general, se prohíbe fijar, pintar o adherir publicidad exterior visual en vehículos particulares. No obstante, lo anterior, se permite la publicidad exterior visual que anuncia productos o servicios en desarrollo del objeto social de la empresa, en los vehículos que la compañía utiliza para el transporte o locomoción de los productos o la prestación de servicios. Se autoriza en los costados laterales y posterior de los vehículos automotores, se podrá colocar publicidad visual, siempre y cuando se instale en materiales resistentes a la intemperie, los cuales en ningún caso podrán superar en más de un (1) centímetro de espesor la carrocería del vehículo.
2. Vehículos de Servicio Público. Solo se permiten vallas en vehículos de transporte público tipo taxi de una edad inferior a 5 años con referencia al año modelo. Se autoriza la colocación de publicidad exterior visual en las capotas de los vehículos, siempre y cuando se instale en un aditamento resistente a los fenómenos naturales, de forma tal que se integre visualmente un elemento portante, en forma paralela y que su tamaño no supere el 50% del área de la capota ni tenga una altura superior a setenta centímetros.

Calle 13 Nº 7-30 Soacha - Cundinamarca
Tel: 57 - 1 - 7305500 Fax 57-1-5770580
contactenos@alcaldiasoacha.gov.co



3. Vehículos vallas: El servicio de publicidad exterior visual puede ser ofrecido mediante uso de vehículos habilitados para ese fin principal con plataforma de uso exclusivo, Autorizados, siempre y cuando cumplan con la normatividad existente en el artículo 10 y siguiente de la Resolución 002444 de 2003 Ministerio de Transporte.

En los vehículos vallas se tienen los siguientes:

- Carro valla: El servicio de publicidad exterior visual puede ser ofrecido en carros habilitados para ese fin principal.
- Moto Valla: El servicio de publicidad exterior visual puede ser ofrecido en motocicletas habilitados para ese fin principal.
- Bicicleta o Triciclo Valla: El servicio de publicidad exterior visual puede ser ofrecido en motocicletas, bicicletas y triciclos habilitados para ese fin principal.

Condiciones de la publicidad:

a) Sólo pueden existir dos caras laterales con publicidad con área máxima de 4 x 2 metros, medidos desde el chasis, estas caras pueden estar iluminadas.
b) Sólo puede existir una cara trasera de máximo 2 x 1 metros de área, la cual, no debe tener iluminación.
c) Capacidad de carga inferior a tres toneladas.
d) No pueden portar pasajeros en la plataforma, cuando el vehículo esté en movimiento. Aquellos sólo se podrán subir a los costados laterales del vehículo cuando se encuentre totalmente detenido.
e) No pueden portar sonido, salvo cuando estén estáticos en un evento con autorización del alcalde municipal.
f) Sólo pueden transitar sobre la vía pública no destinada a peatones.
g) No pueden exceder las normas de velocidad permitidas en el perímetro urbano.
h) En la noche, los móviles deberán mantener las luces de parqueo encendidas

Parágrafo 1°. - La Empresa o Persona Natural debe registrar la publicidad exterior visual ante la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces.

Parágrafo 2°. - El propietario del vehículo y el anunciante de la valla serán responsables si a ello hubiere lugar.

ARTÍCULO TREINTA Y SIETE: Requisitos para el permiso y/o autorización de publicidad vehicular: Se debe presentar la solicitud por escrito acompañada de los siguientes documentos:

a) Relacionar el tipo, clase y placa del vehículo
b) Anexar permiso del propietario del vehículo cuando éste no pertenece al solicitante.
c) Copia de la tarjeta de propiedad del vehículo.
d) copia del SOAT vigente
e) Cámara de comercio, persona jurídica o RUT para los casos donde el peticionario sea persona natural.
f) Concepto de viabilidad sobre instalación de la publicidad móvil emitido por la Secretaría de Movilidad - Dirección Operativa de Tránsito y transporte del Municipio de Soacha.
g) Imagen publicitaria ubicada en los costados laterales y posterior de los vehículos automotores y dimensiones de la publicidad a instalar
h) Fotomontaje del vehículo con la publicidad expuesta donde se especifiquen las dimensiones de la publicidad.
i) Formulario de publicidad exterior visual diligenciado y firmado por el titular de la publicidad.
j) Copia del contrato suscrito entre la empresa de transporte y/o propietario del vehículo y el agente anunciante de la publicidad cuando sea el caso. En dicho documento deberá constar el plazo de permanencia de la publicidad instalada en el vehículo.
k) Fotocopia de la licencia de Tránsito del Vehículo, en el caso de publicidad móvil.
l) Para solicitudes de publicidad en vehículo automotor deberá aportarse la certificación original expedida por la Secretaría de Tránsito y Transporte, determinando el número de vehículos que integran el parque automotor de la empresa que solicita el registro, únicamente para el caso de publicidad móvil en vehículos de servicio público, colectivo individual o de transporte masivo.
m) Concepto favorable expedido por el Departamento Administrativo de la Aeronáutica Civil, cuando se trate de publicidad móvil aérea.

Parágrafo 1º - La Empresa o Persona Natural debe solicitar el permiso y/o autorización de la publicidad exterior visual vehicular ante la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces, y por ningún motivo podrá ser instalada previamente hasta tanto no se haya obtenido los conceptos favorables y su respectiva autorización; después de otorgarse el permiso deberán llegar a los tres (3) días hábiles fotocopia del pago del impuesto.



Parágrafo 2º - El propietario de la publicidad exterior visual en el vehículo automotor, deberá darle adecuado mantenimiento, de tal forma que no presente condiciones de suciedad, inseguridad, deterioro ambiental, ni genere factores de amenaza para la integridad física de los ciudadanos, de conformidad con las normas ambientales y urbanísticas que regulan la materia. Los daños causados a bienes o personas como consecuencia de la instalación y utilización de la publicidad exterior visual del vehículo automotor, serán a cargo exclusivo del beneficiario del registro y desde ya exonera al municipio de Soacha de cualquier responsabilidad judicial y extrajudicial que del mismo se derive.

ARTICULO TREINTA Y OCHO: En el ejercicio de la publicidad móvil se encuentra sujeto en todo momento a las siguientes prohibiciones:

a) No se permite la circulación de vehículos automotores con publicidad exterior visual móvil o elementos publicitarios, en remolques, tricivallas o cualquier otra modalidad que no se encuentre regulada en el presente Acuerdo.
b) Se prohíbe fijar publicidad en vehículos no motorizados cuando las estructuras publicitarias obstaculicen la visibilidad del conductor o impidan un tránsito seguro, de conformidad con las disposiciones del artículo 95 de la ley 769 de 2005 o la norma que lo modifique, adicione o sustituya, para las bicicletas y triciclos podrán instalarse publicidad solo en áreas como los marcos, canastillas y baberos a manera de calcomanía sin adherir estructuras que sobresalgan e impacten la visibilidad y la seguridad vial.
c) Se prohíbe fijarle anuncios o elementos publicitarios sobre los vidrios del vehículo automotor siempre que se obstaculice la visibilidad del conductor. La infracción a esta disposición será sancionada por Secretaría de Tránsito y Transporte Municipal y generará inmovilización del vehículo, de conformidad con el Artículo 131 literal d) del código Nacional de Tránsito, ley 769 de 2002 o la norma que lo modifique, adicione o sustituya, sin perjuicio de las sanciones impuestas en virtud de este Acuerdo.

e) Los vehículos de servicio públicos especial no podrán portar publicidad comercial diversa a los distintivos y colores de la empresa que representan.

f) No se permite la fijación de anuncios o elementos publicitarios de ningún tipo en los buses de servicio de transporte público escolares, especial y de turismo.

g) No se permite en ningún caso la distribución aérea de volantes.

ARTICULO TREINTA Y NUEVE: El incumplimiento de lo dispuesto en este capítulo para la ubicación de Publicidad Móvil acarreará sanción, que se impondrá por la Secretaría de Tránsito y Transporte, conforme a lo disposiciones de la ley 769 de 2002 Código Nacional de Tránsito, sin perjuicio de otras acciones legales a las que hubiere lugar.

ARTICULO CUARENTA: Vallas Led / Pantallas electrónicas o digitales. Son elementos publicitarios que utilizan sistemas electrónicos o digitales para su funcionamiento, mediante las cuales se exhiben anuncios publicitarios con movimiento, cambiante mediante mecanismos o mandos electrónicos. En las pantallas led se podrá anunciar todos los conceptos descritos en el presente Acuerdo.

Las pantallas de publicidad electrónica podrán utilizar tecnología PLASMA, LED, de televisión digital, tableros electrónicos y/o cualquier otro dispositivo desarrollado tecnológico.

ARTICULO CUARENTA Y UNO: Mensaje institucional. Toda pantalla de publicidad electrónica deberá dedicar un 30% del tiempo de cada anuncio para la transmisión de mensajes institucionales, previamente aprobados por la Oficina de Prensa de la Alcaldía Municipal de Soacha.

ARTICULO CUARENTA Y DOS: Condiciones para su instalación**.** La instalación de pantallas de publicidad electrónica deberá cumplir con las siguientes condiciones:

a) Deberá estar instalada sobre una estructura tubular, metálica o de otro material resistente con sistemas fijos, que se cimentará por debajo del nivel de la superficie del predio, teniendo en cuenta para ello el alcance del estudio de suelos y el diseño estructural.
b) Las pantallas de publicidad electrónica y/o digital deberán estar instaladas sobre estructuradas fijas, las cuales en ningún caso podrán generar movimiento o rotación de la pantalla.
c) Las pantallas electrónicas podrán utilizar únicamente una cara de su superficie para transmitir anuncios publicitarios.
d) No se permitirá la transmisión de anuncios publicitarios con sonido.
e) La estructura fija que soporta la pantalla electrónica no podrá atravesar la cubierta del inmueble ni las placas que separan sus pisos.
f) Su instalación no podrá generar contaminación visual, de conformidad con lo establecido en el presente Acuerdo.

Calle 13 Nº 7-30 Soacha - Cundinamarca
Tel: 57 - 1 - 7305500 Fax 57-1-5770580
contactenos@alcaldiasoacha.gov.co



Parágrafo: Se establece un área de influencia de cincuenta (50) metros radiales dentro del ángulo de proyección lumínica, tomados desde el lugar de instalación de la pantalla electrónica y/o digital, hasta inmuebles destinados a vivienda urbana.

ARTICULO CUARENTA Y TRES: La autorización y permiso de la pantalla led. Está sujeto a lo dispuesto para las vallas publicitarias mencionadas en el presente Acuerdo.

ARTICULO CUARENTA Y CUATRO: Ubicación y condiciones de la pantalla led. El área expuesta de la valla no podrá ser superior a 48 m^2, las cuales deberán tener una dimensión de 8 hasta 12 metros cuadrados. Los módulos que conforman la pantalla electrónica deberán estar instalados en un mismo plano continuo y de proyección vertical. Se podrán instalar únicamente en los lugares indicados en el presente Acuerdo.

ARTICULO CUARENTA Y CINCO: Sitios donde no se permite la publicidad electrónica

a) Está prohibida la afectación vial por instalación de pantallas electrónicas y/o digitales de dos costados vehiculares y/o peatonales simultáneamente.
b) En las zonas rurales, vías secundarias y terciarias, en la carrera 7 desde la calle 22 hasta la calle 9, alrededor del parque principal.
c) Al menos de doscientos (200) metros radiales de glorietas o cruces no semaforizados entre vías arterias o colectoras.
d) Se prohíbe la instalación de pantallas electrónicas y/o digitales en predios de actividad residencial neta y residencial predominante, conforme a las disposiciones del POT, Acuerdo 046 de 2000 o las normas que lo adicionen, modifiquen o sustituyan. Debe ser ubicada sobre vías principales y de actividad múltiple según lo establecido en el Acuerdo 046 de 2000.

ARTICULO CUARENTA Y SEIS: Distancia. La distancia mínima que debe existir entre dos pantallas de publicidad electrónica y/o digital será de trescientos (300) metros radiales.

Parágrafo: La distancia mínima que debe existir entre una valla publicitaria y una pantalla electrónica y/o digital será de doscientos (200) metros radiales.

ARTICULO CUARENTA Y SIETE: Altura. La altura máxima permitida para las pantallas de publicidad electrónica será de 24 metros contados a partir del nivel del terreno del predio hasta la parte superior de la pantalla.

ARTICULO CUARENTA Y OCHO: Requisitos técnicos.

a) Los tonos de color de fondo, los logotipos, las letras, las imágenes, las ilustraciones, símbolos y cualquier otro elemento gráfico o de video no podrá parpadear, titilar, girar o desplazarse en intervalos inferiores a ocho (8) segundos.
b) La iluminación de las pantallas electrónicas no podrá cambiar de intensidad en intervalos superiores a dos (2) segundos.
c) La duración máxima de la transición de la imagen electrónica o el cambio de los mensajes transmitidos no podrá ser inferior a tres (3) segundos.
d) Todas las señales de publicidad electrónica deberán estar equipadas con un mecanismo que, en caso de presentarse un mal funcionamiento en la programación electrónica por defecto detenga el mensaje o congele la imagen transmitida en el momento.
e) Los signos de mensajería electrónica no deberán de exceder de una luminosidad máxima de 5.000 NITS (candelas por metro cuadrado) durante el día y 500 NITS (candelas por metro cuadrado) entre las 6pm y 1am, esta densidad será medida desde la cara frontal del elemento publicitario.
f) En todos los casos las pantallas electrónicas no podrán incorporar altavoces de audio.

ARTÍCULO CUARENTA Y NUEVE: Iluminación. En las pantallas de publicidad electrónica y/o digitales se prohíben en materia de luminosidad:

a) Los haces o rayos de luz dirigidos en cualquier sentido a la calzada de una carretera.
b) Los haces o rayos de luz emitidos con un nivel de intensidad o brillo que genere reflejos de manera tal que ponga en peligro la visión del operador de cualquier vehículo automotor o peatón que transite por la vía.

Parágrafo. Es importante aclarar que los registros que ya existen y serán modificados a pantallas led, solo se puede máximo dos (2) por titular, además deberán reglamentarse a lo estipulado en el presente Acuerdo, de lo contrario, no se permitirá la innovación tecnológica en dicho elemento publicitario.



Capítulo III
Pasacalles o Pasa vías y pendones

ARTÍCULO CINCUENTA: Definición. Son formas de publicidad exterior visual que tienen como finalidad anunciar de manera eventual o temporal una actividad o evento, o la promoción de comportamientos cívicos. Estos anuncios serán tramitados su permiso ante la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces. No podrán contener mensajes comerciales o de patrocinador en un área superior al setenta y cinco (75%) por ciento del tamaño total del pasacalle o pendón y el veinticinco (25%) por ciento para temas relacionados con el medio ambiente o temas que necesite la Administración Municipal. Estos podrán colocarse con un tiempo no superior a 96 horas antes del evento y durante el desarrollo del mismo con previo pago del impuesto que debe ser realizado ante la Secretaría de Hacienda.

ARTÍCULO CINCUENTA Y UNO: Retiro o desmonte. Los pasacalles y los pendones autorizados o registrados deberán ser desmontados por quien solicitó el respectivo permiso dentro de los siguientes diez (10) días después del respectivo permiso, terminado el evento o actividad, so pena de la aplicación de las sanciones correspondientes.

Diez (10) días y para algún evento en específico es noventa y seis (96) horas antes del inicio del evento, durante el término de duración del mismo y veinticuatro (24) horas más para su desmonte.

ARTÍCULO CINCUENTA Y DOS: Características generales de los pendones. Deberán cumplir las siguientes condiciones.

a) Elaborados en tela o similares y pegados en la parte superior e inferior a una reglilla de madera.
b) Se permitirá la colocación de pendones en las vías públicas para los siguientes eventos: cívicos, institucionales, culturales, artísticos, políticos, deportivos y comerciales.
c) Entre uno y otro deberá existir una distancia mínima de doscientos 200 m.
d) El área máxima de los pendones será máxima de un (1) metro cuadrado.
e) Podrán contener mensajes publicitarios siempre y cuando éstos no sobrepasen del 75% del área del elemento, ya que el 25% es para mensajes institucionales.
f) Se permitirá su instalación solamente en los sitios que previamente sean autorizados por la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces.

ARTÍCULO CUARENTA Y TRES: Características Generales de los Pasacalles o Pasavias. Deberán cumplir las siguientes condiciones:

a) Deberán ser elaborados en tela o materiales similares y perforados de tal forma que permitan la libre circulación del aire.
b) Entre uno y otro deberá existir una distancia mínima de doscientos (200) metros.
c) Deberán estar instalados a una altura única de cinco (5) metros., con relación al nivel de la calzada.
d) Podrán contener mensajes publicitarios siempre y cuando éstos no sobrepasen del 75% del área del elemento, ya que el 25% es para mensajes institucionales.
e) Se permitirá su instalación solamente en los sitios que previamente sean autorizados por la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces.
f) El área máxima de los pasacalles será máxima de seis (6) metros cuadrados.

Parágrafo. Los pasacalles y pendones institucionales que vayan hacer instalados deben contar con el permiso de la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces, con ocho (8) días de antelación al evento.

ARTÍCULO CINCUENTA Y CUATRO: Requisitos para la Instalación de los Pasacalles o Pasavías y Pendones. El propietario del elemento deberá solicitar por escrito a la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces, la autorización acompañada de los siguientes documentos:

1. Cámara de comercio, personería jurídica o RUT para los casos donde el peticionario sea persona natural.
2. Imagen y dimensiones de la publicidad a instalar y del vehículo
3. Formulario de publicidad exterior visual para autorización de pasacalles o pasavías y pendones
4. Autorización del propietario del predio en donde se pretende instalar el elemento o de la Dirección de Ordenamiento Territorial de la Alcaldía cuando éste sea espacio público.

ARTÍCULO CINCUENTA Y CINCO: Responsables. Son responsables por el incumplimiento de lo que aquí se dispone, el que registra o en su defecto el anunciante.



Capítulo IV
Carteleras locales y mogadores

ARTÍCULO CINCUENTA Y SEIS: Definición. Entiéndase por carteleras locales las estructuras que se encuentran adosadas a los muros de cerramiento de los lotes y en las que se podrán fijar afiches o carteles. El Municipio proveerá las carteleras locales.

Se entiende por mogador la estructura ubicada por las autoridades municipales o autorizadas por éstas en el espacio público con el fin de que a ella se adosen carteles o afiches.

ARTÍCULO CINCUENTA Y SIETE: Ubicación. La Secretaría de Planeación y Ordenamiento Territorial, a través de la Dirección de Ordenamiento Territorial definirá los lugares para la ubicación de las carteleras locales y mogadores situados en espacio público, de igual manera las medidas físicas que deben de tener cada uno.

Parágrafo: Los propietarios podrán solicitar que en su predio o en el espacio público contiguo sea colocada una cartelera local o un mogador.

ARTÍCULO CINCUENTA Y OCHO: Esté prohibido colocar carteleras locales y mogadores en los siguientes lugares:

a) En la propiedad privada sin el consentimiento del propietario o poseedor.
b) En los lugares y áreas descritos en las prohibiciones generales del presente Acuerdo.

Parágrafo. - Sólo se podrá fijar carteles o afiches en las carteleras locales y en los mogadores. Quienes en perjuicio de lo aquí establecido fijen carteles o afiches en otros sitios, serán sancionados de conformidad a la Ley 1801 de 2016 - Código Nacional de Policía.

Capítulo V
Otras formas de publicidad exterior visual

ARTÍCULO CINCUENTA Y NUEVE: Murales artísticos. Para los efectos de esta disposición son murales artísticos los que con carácter decorativo y con motivos artísticos se pintan directamente sobre los muros de las culatas de las edificaciones y muros del cerramiento.

Estos murales si podrán incluir algún tipo de publicidad y evocar marca, producto o servicio alguno, ya que se consideran publicidad exterior visual; en todo caso requieren el correspondiente registro en la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces.

Los motivos de los murales artísticos no se pueden repetir ni en un mural ni en murales diferentes. Quien patrocine la colocación de murales artísticos tendrá derecho a hacer anuncios publicitarios en un área no mayor al 10% sobre la misma superficie, ni mayor de 48 m^2.

El propietario del mural debe solicitar el registro de publicidad exterior visual a través de los siguientes requisitos:

1. Cámara de comercio, personería jurídica o RUT para los casos donde el peticionario sea persona natural.
2. Imagen y dimensiones de la publicidad a instalar
3. Formulario de publicidad exterior visual
4. Autorización del propietario del predio en donde se pretende instalar el mural

ARTÍCULO SESENTA: Publicidad Aérea. Este tipo de publicidad incluye los globos libres y los dirigibles con publicidad exterior visual, así como los aviones con publicidad de arrastre y publicidad exterior. En ningún caso será permitido arrojar publicidad o información alguna desde naves en vuelo sobre el municipio de Soacha. Lo anterior se regirá de conformidad a las normas que en esta materia tenga previsto la Aeronáutica Civil.

ARTÍCULO SESENTA Y UNO: Globos anclados, elementos inflables, maniquíes, colombinas o similares. Los instrumentos de este tipo de publicidad, inclusive los instalados en lotes o edificaciones privadas, se sujetarán a lo previsto para las vallas en este Acuerdo y serán registrados ante la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces, por un plazo máximo de 72 horas y en ningún caso sobre vías.



Los banderines deben ser autorizados por la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces, a su vez los banderines no deben promocionar ningún mensaje publicitario y presentar un solo color.

El responsable de la publicidad en personas con mochilas debe solicitar la autorización a la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces, en donde especifique el lugar donde estarán ubicados y el tiempo, estima que este no puede superar las 72 horas.

Cabe resaltar que las otras formas de publicidad exterior visual permitidas deben contar con el respectivo permiso y/o registro expedido por la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces, para lo cual se requiere presentar los requisitos establecidos en el presente acuerdo.

TÍTULO V
Mecanismos de control
Capítulo 1
Sanciones y otras disposiciones

ARTÍCULO SESENTA Y DOS: Sanciones especiales en la publicidad visual exterior. La persona natural o jurídica que anuncie cualquier mensaje por medio de la publicidad visual exterior, sin el lleno de los requisitos, formalidades y procedimientos que establezca la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o la dependencia que haga sus veces de conformidad con el artículo 65 del presente Acuerdo, incurrirá en una multa por un valor de uno punto cinco (1.5) a diez (10) salarios mínimos mensuales legales vigentes, atendida la gravedad de la falta y las condiciones de los infractores.

Parágrafo 1.- La Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces, dará inicio al proceso administrativo e impondrá multas en el término de diez (10) días hábiles a partir de la notificación del hecho al presunto infractor.

Parágrafo 2.- La Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces, establecerá el procedimiento sancionatorio y la gravedad de las faltas a más tardar dentro de los seis meses siguientes a la entrada en vigencia del presente acuerdo.

ARTÍCULO SESENTA Y TRES: Cuando se hubiese colocado publicidad exterior visual en sitios prohibidos o no autorizados, a solicitud de parte o de oficio se iniciará el respectivo proceso administrativo a efectos de su desmonte. Si no se ha registrado o su registro se encuentra vencido o no cumple con la normatividad vigente se ordenará su remoción, requiriendo al infractor a fin de que proceda a su retiro, otorgándosele un plazo máximo de tres días. Si realizado el requerimiento al infractor no acata la orden de retiro de la publicidad, se proferirá el respectivo acto administrativo ordenando retirar la publicidad realizado por personal adscrito a la administración municipal y a costa del infractor.

La decisión deberá adoptarse en el término de 10 (diez) días hábiles a partir del conocimiento de hecho.

Será competente para imponer las sanciones el Alcalde Municipal, quien podrá delegarla a la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, a través de la Dirección de Control y Vigilancia, o quien haga sus veces, en consonancia al artículo 62 del presente acuerdo quien se apoyará en el tema policivo con la Secretaría de Gobierno, a través de las Inspecciones Municipales de Policía.

Parágrafo primero: Las vallas, avisos, pasacalles y demás formas de publicidad exterior visual que sean removidas y no reclamadas por el propietario dentro de los cinco (5) días siguientes a la fecha de ejecutoria de la Resolución que ordena la remoción, podrán ser donadas por la administración a un establecimiento de asistencia social de naturaleza pública, o destruirlas.

Parágrafo segundo: Cuando existan vallas y demás elementos de publicidad exterior visual que estén colocados en espacio público, elementos naturales o inmobiliario urbano podrán ser removidos de manera inmediata por funcionarios de la inspección de policía y/o corregidores, la Dirección de Control y Vigilancia de la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, o quien haga sus veces, con el concurso de la fuerza pública si fuere necesario, atendiendo al ordenado por la normatividad.

ARTÍCULO SESENTA Y CUATRO: Incumplimiento**.** El incumplimiento de lo dispuesto en este capítulo para la ubicación de publicidad exterior visual acarreará sanción, según lo dispuesto en el presente acuerdo.

ARTÍCULO SESENTA Y CINCO: Multas. Los infractores de lo dispuesto en este Acuerdo incurrirán en multa de dos (1.5) a diez (10) salarios mínimos legales mensuales vigentes y el desmonte del respectivo elemento de



publicidad el cual será a costas del infractor. En caso de no poder ubicar al anunciante de la publicidad exterior visual, la multa podrá aplicarse si a ello hubiere lugar, al anunciante, al arrendatario del medio de publicidad y/o al propietario del vehículo que permitan la colocación de dicha publicidad.

Parágrafo: Quien instale publicidad exterior visual en propiedad privada, sin el consentimiento del propietario o poseedor, deberá retirarla en el término de veinticuatro (24) horas después de recibida la respectiva notificación de desmonte de inmediato

ARTÍCULO SESENTA Y SEIS: Remoción o modificación de la publicidad exterior visual, sin perjuicio de las órdenes judiciales, la ley 9 de 1989, ley 388 de 1997 y de otras disposiciones, cuando se hubiese colocado publicidad exterior visual, en sitio prohibido por la Ley, este acuerdo o su correspondiente reglamentación, o en condiciones no autorizada por ésta, cualquier persona podrá solicitar su desmonte, remoción o modificación a la Alcaldía Municipal, Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural - Dirección de Control y Vigilancia, o quien haga sus veces. La solicitud podrá presentarse verbalmente o por escrito, de conformidad con el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

Recibida la solicitud o iniciada de oficio la actuación, el funcionario verificará si la publicidad exterior visual se encuentra registrada de conformidad con el título IV, y si no se ha solicitado su registro y ésta publicidad cumple con lo establecido en el presente acuerdo se ordenará al propietario de la publicidad exterior visual el inicio del trámite del registro dentro del plazo señalado por la Ley.

Por otro lado, si la publicidad exterior visual que no se ajuste a las condiciones legales, el funcionario debe mediante acto administrativo motivado ordenar que se remueva o modifique, tan pronto tenga conocimiento de la infracción, cuando ésta sea manifiesta, para evitar, remediar una perturbación del orden público en los aspectos de defensa nacional, seguridad, tranquilidad, salubridad y circulación de personas y cosas o graves daños al espacio público.

En los casos anteriores, la decisión debe adoptarse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes al día de recepción de la solicitud o de la iniciación de la actuación. Si la decisión consiste en realizar el desmonte, remoción, o modificación de una publicidad exterior visual, el funcionario fijará un plazo no mayor de tres (3) días hábiles, contados a partir de la ejecutoria del acto administrativo que ordeno el desmonte, remoción o modificación, para que el responsable de la publicidad, si es conocido, remueva o la modifique voluntariamente, vencido este plazo.

Parágrafo primero - Si no se realiza voluntariamente el desmonte, remoción o modificación de la publicidad exterior visual ubicada en espacio público, se le solicitara a las autoridades de policía que realicen el desmonte, remoción o modificación a costa del infractor, por medio de resolución motivada, la cual en firme prestara merito ejecutivo.

Parágrafo segundo– En los casos que la publicidad exterior visual se encuentre ubicada en predio de propiedad privada y no se realice voluntariamente el desmonte, remoción o modificación, de acuerdo a lo establecido en el acto administrativo que lo ordene, la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural o quien haga sus veces, realizará el desmonte, remoción o modificación, a costa del infractor con acto administrativo motivado, una vez éste quede notificado y ejecutoriado, se procederá a la sanción correspondiente.

En el acto administrativo que ordene la multa, se incluirá los costos del desmonte de la publicidad exterior visual, según el valor del avaluó de dicho desmonte, remoción o modificación; culminado el procedimiento correspondiente se remitirá a la Secretaria Municipal competente para que realice el proceso de cobro coactivo al infractor.

ARTÍCULO SESENTA Y SIETE: Remisión. De los vacíos o contradicciones que se pudieren presentar con la aplicación del presente acuerdo estas subsanaran con lo dispuesto en el procedimiento sancionatorio que determina el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo y demás normas concordantes o análogas.

ARTÍCULO SESENTA Y OCHO: Del derecho a intervenir en los procedimientos administrativos ambientales**.** En los términos de los artículos 69 a 71 de la ley 99 de 1993, cualquier persona, podrá intervenir en las actuaciones administrativas iniciadas para el otorgamiento o cancelación del registro de elementos de publicidad exterior visual o para la imposición o revocación de sanciones por el incumplimiento de las normas ambientales y de policía en esta materia.



Capítulo 2
Impuesto de publicidad exterior visual

ARTÍCULO SESENTA Y NUEVE: Impuesto. Con base en la autorización dada por la ley 140 de 1994 a los Concejos municipales, se otorga la competencia al Alcalde Municipal, quien a su vez delega a la Secretaría de Hacienda para tal fin, para que se incorpore dentro del presupuesto municipal, recaude y liquide el impuesto por publicidad exterior visual a las personas naturales o jurídicas que se encuentren registradas. La Secretaría de Hacienda en consonancia al Acuerdo 030 de 2020 determinará el valor del impuesto, de la siguiente manera:

"ARTICULO. 82 del ACUERDO NO. 30 DE 2020 TARIFAS: Las tarifas de Publicidad Exterior Visual se expresan en Unidades de Valor Tributario (UTV) vigentes, por mes o fracción de mes para las vallas, pancartas, pasacalles, avisos o medios publicitarios análogos diferentes a la identificación publicitaria del establecimiento, serán las siguientes:

VALLAS	
Dimensión	***Tarifa***
De 8 m^2 a 10 m^2	*7.5 UVT*
Más de 10 m^2	*9.5 UVT*

GLOBOS ANCLADOS, DUMYS Y OTRAS FORMAS DE PUBLICIDAD	
Dimensión	***Tarifa***
De 8 m^2 a 10 m^2	*7.5 UVT*
Más de 10 m^2	*9.5 UVT*

*ARTICULO. 83 del ACUERDO No. 30 DE 2020 CAUSACIÓN**:** El impuesto se causa en el elemento de exhibición o colocación de la valla o elemento de publicidad exterior visual por primera vez o a la renovación. Mientras la estructura de la valla siga instalada se causará el impuesto."*

Parágrafo 1.- Las empresas industriales y comerciales del Estado y las de economía mixta, de todo orden están obligadas a cancelar el impuesto por publicidad exterior visual.

Parágrafo 2.- La publicidad exterior visual institucional que sea contratada con terceros deberá pagar cancelar a la administración el respectivo impuesto de publicidad exterior visual.

TÍTULO VI
Disposiciones Finales

ARTÍCULO SETENTA: Contenido de los mensajes. La publicidad exterior visual no podrá contener mensajes que constituyan actos de competencia desleal ni que atenten contra las leyes de la moral, las buenas costumbres o conduzcan a confusión con la señalización vial o informativa.

En la publicidad exterior visual, no podrán utilizarse palabras, imágenes o símbolos que atenten contra el debido respeto a las figuras o símbolos consagrados en la historia nacional, departamental o municipal. Igualmente se prohíben las que atenten contra las creencias o principios religiosos, culturales o afectivos de las comunidades que defienden los derechos humanos y la dignidad de los pueblos.

Toda publicidad debe contener el nombre y el teléfono del propietario de la publicidad exterior visual.

ARTÍCULO SETENTA Y UNO: En las áreas deportivas, culturales, educativas y residenciales, sólo podrá publicitarse las marcas de los respectivos productos.

ARTÍCULO SETENTA Y DOS: Desmonte de elementos publicitarios. El respectivo desmonte estará a cargo del propietario de la estructura caso vallas y demás publicidad exterior visual o solidariamente el propietario del inmueble, del establecimiento, del vehículo y de la agencia de publicidad. La multa podrá aplicarse igualmente a los dueños, arrendatarios o usuarios de los inmuebles a cualquier título que permitan el levantamiento de dicha publicidad; dicha sanción la aplicara las resoluciones así emitidas y en firme prestaran merito ejecutivo.

Calle 13 Nº 7-30 Soacha - Cundinamarca
Tel: 57 - 1 - 7305500 Fax 57-1-5770580
contactenos@alcaldiasoacha.gov.co



ARTÍCULO SETENTA Y TRES: Publicidad Política. Entiéndase por publicidad política la que realicen los partidos, los movimientos políticos y los candidatos a cargos de elección popular y las personas que los apoyen, con el fin de obtener apoyo electoral y le serán aplicables las normas que para tal fin dicte el Consejo Nacional Electoral. En todo caso le serán aplicables las prohibiciones establecidas en el presente Acuerdo y la obligación de ser retiradas y removidas dentro de un plazo no mayor a quince (15) días hábiles contados a partir del día señalado para las elecciones.

Parágrafo Primero: La Secretaría de Gobierno del municipio de Soacha mediante Decreto regulará los permisos de instalación y el número de elementos publicitarios por partido político y los sitios donde se prohíbe la instalación de este tipo de publicidad e igualmente reglamentará las sanciones para los partidos políticos y candidatos que incumpla con lo normado sobre publicidad política.

ARTÍCULO SETENTA Y CUATRO: Delegar en la Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural, la reglamentación de los aspectos no contenidos en el presente Decreto y todos aquellos que requieran aclaración o delimitación de los alcances contenidos en este instrumento normativo.

ARTÍCULO SETENTA Y CINCO: Vigencia y derogatorias. El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación y deroga el Acuerdo 031 de 2011, Acuerdo 037 de 2014 y las normas que le sean contrarias.

Dado en el Municipio de Soacha a los ________________________

Proyecto presentado por:

JUAN CARLOS SALDARRIAGA GAVIRIA
Alcalde Municipal

VoBo: Karol Dayana Rojas Huérfano - Secretaria de Ambiente, Minas y Desarrollo Rural (E)
Revisión Jurídica: Jorge Luis Tique Horta – Secretario Jurídico
Revisó: Carolina Forero Cortés - Directora de Gestión Ambiental
Revisión Jurídica: Luis Felipe Canosa Tabares - Abogado SJ
Revisión Jurídica: Jairo Alonso Viasus – Abogado SP0T
Revisión Jurídica: Erika Ramos – Abogada Secretaría de Ambiente
Proyecto: Maira Estefanny Moya Sánchez – Ing. Ambiental Sec. Ambiente
Proyecto: Julio Mario Franco Rodríguez - Ing. Ambiental Sec. Ambiente